

GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY Ý ĐỊNH ĐẦU TƯ XANH CỦA GEN Z VÀO NGÀNH DU LỊCH TẠI VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ THẢO¹ - HOÀNG YẾN NHI¹
- TRẦN THỊ NHƯ NGỌC¹ - THÂN YẾN NHI¹ - LÊ THANH THẢO¹

¹Đại học Kinh tế quốc dân

DOI: <https://doi.org/10.62831/202608006>

TÓM TẮT:

Nghiên cứu đề xuất các giải pháp thúc đẩy ý định đầu tư xanh của Gen Z vào ngành Du lịch tại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi sang tăng trưởng bền vững. Dựa trên Lý thuyết Hành vi có kế hoạch (TPB), mô hình nghiên cứu xem xét 7 nhân tố ảnh hưởng, gồm 3 nhân tố khách quan: (Điều kiện kinh tế - tài chính vĩ mô; Chính sách hỗ trợ của Nhà nước; Hạ tầng và nguồn lực địa phương) và 4 nhân tố chủ quan (Thái độ; Chuẩn chủ quan; Kiểm soát hành vi cảm nhận và Nhận thức về đầu tư xanh). Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng thông qua khảo sát Gen Z và phân tích thống kê làm cơ sở đề xuất giải pháp thúc đẩy ý định đầu tư xanh trong ngành Du lịch tại Việt Nam.

Từ khóa: đầu tư xanh trong du lịch, Gen Z, Việt Nam, phát triển du lịch bền vững, ý định đầu tư xanh.

1. Đặt vấn đề

Biến đổi khí hậu và yêu cầu phát triển bền vững đang thúc đẩy các quốc gia chuyển sang mô hình tăng trưởng xanh, trong đó đầu tư xanh đóng vai trò quan trọng trong định hướng dòng vốn vào các hoạt động thân thiện với môi trường. Tại Việt Nam, Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn nhưng vẫn đối mặt với thách thức về phát triển bền vững và thiếu nguồn vốn đầu tư xanh. Trong bối cảnh đó, Gen Z được xem là lực lượng tiềm năng có sự quan tâm lớn đến các vấn đề môi trường. Tuy nhiên, ý định đầu tư xanh của nhóm này chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố và các nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam còn hạn chế. Vì vậy, nghiên cứu tập trung phân tích các giải pháp ý định đầu tư xanh của Gen Z vào ngành Du lịch tại Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Theo Lý thuyết Hành vi có kế hoạch, thái độ đối với hành vi, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận là 3 yếu tố chính hình thành ý định hành vi của cá nhân. Khi cá nhân đánh giá hành vi là tích cực, nhận được sự ủng hộ từ các nhóm tham chiếu và cảm thấy có đủ khả năng thực hiện, ý định hành vi sẽ gia tăng (Ajzen, 1991, 2002). Trong bối cảnh đầu tư xanh, nhiều nghiên cứu cho thấy, thái độ đối với bảo vệ môi trường, ảnh hưởng xã hội và sự tự tin về năng lực cá nhân có tác động đáng kể đến ý định tham gia đầu tư bền vững (Armitage & Conner, 2001; Han et al., 2010; Kim et al., 2013). Bên cạnh đó, nhận thức về đầu tư xanh giúp cá nhân hiểu rõ mối liên hệ giữa hoạt động kinh tế và tác

động môi trường - xã hội, từ đó gia tăng ý định đầu tư (Kollmuss & Agyeman, 2002; Nguyễn Thị Mai Thu et al., 2022). Ngoài các yếu tố cá nhân, môi trường kinh tế - thể chế, sự phát triển của thị trường tài chính xanh, chính sách hỗ trợ và hạ tầng địa phương cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy đầu tư bền vững (Eyraud et al., 2013; D’Orazio & Valente, 2019; Porter & van der Linde, 1995; Bramwell & Lane, 2011; UNWTO, 2018; Nguyễn Thị Thu Hồng et al., 2022; Đặng Thị Thu Hằng et al., 2025).

2.2. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu sử dụng Lý thuyết Hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB) của Ajzen (1991) làm nền tảng lý thuyết nhằm giải thích quá trình hình thành ý định đầu tư xanh của thế hệ Gen Z, trong đó ý định hành vi được hình thành thông qua 3 thành phần chính gồm: thái độ đối với hành vi, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Trên cơ sở đó, nghiên cứu kế thừa các kết quả thực nghiệm về đầu tư xanh, hành vi đầu tư bền vững và đặc điểm hành vi của Gen Z, đồng thời tham chiếu các định hướng về tài chính xanh và phát triển bền vững của các tổ chức quốc tế như OECD và UNEP. Việc kết hợp khung TPB với các yếu tố bối cảnh giúp xây dựng một khung phân tích toàn diện, phản ánh vai trò của cả nhận thức cá nhân và môi trường kinh tế - thể chế trong việc hình thành ý định đầu tư xanh của Gen Z.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định lượng được tiến hành thông qua khảo sát bằng bảng hỏi đối với đối tượng Gen Z. Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS thông qua các bước: kiểm định độ tin cậy thang đo bằng Cronbach’s Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích tương quan, hồi quy để xác định mức độ tác động của các nhân tố đến ý định đầu tư xanh vào ngành Du lịch.

Mô hình nghiên cứu được xây dựng trên cơ sở kế thừa Lý thuyết Hành vi có kế hoạch (TPB) của Icke

Ajzen (1991) và tổng hợp các nghiên cứu thực nghiệm về hành vi đầu tư bền vững trong lĩnh vực tài chính và du lịch xanh. (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tổng hợp từ nhóm tác giả

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

4.1.1. Thông tin thống kê của dữ liệu

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát trực tuyến với thang đo Likert 5 mức trong khoảng thời gian từ tháng 11/2025 đến tháng 01/2026. Sau khi làm sạch dữ liệu, 199 bảng hỏi hợp lệ được phân tích bằng SPSS 26.0. Kết quả thống kê mô tả cho thấy, các biến quan sát có giá trị từ 1 đến 5, với giá trị trung bình dao động từ 3,37 đến 4,17, phần lớn cao hơn mức trung bình, phản ánh xu hướng đồng ý của Gen Z đối với các phát biểu trong bảng hỏi. Trong đó, yếu tố kinh tế - tài chính (KTTC) có giá trị trung bình cao nhất, tiếp theo là thái độ đối với đầu tư xanh (TD); chuẩn chủ quan (CCQ) có mức trung bình thấp hơn và độ phân tán cao hơn so với các nhóm còn lại. Về đặc điểm mẫu, nữ chiếm 62,8%, người tham gia chủ yếu sinh sống tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Quảng Ninh, và 91,0% người được khảo sát cho biết có ý định đầu tư xanh.

4.1.2. Đánh giá thang đo

Độ tin cậy của thang đo được kiểm định bằng Cronbach’s Alpha, kết quả cho thấy 7 thang đo với 34 biến quan sát đều đạt yêu cầu, với hệ số Alpha dao động từ 0,727 đến 0,892 (lớn hơn ngưỡng 0,6 theo Nunnally & Bernstein, 1994). Tất cả các biến quan

sát đều có hệ số tương quan biến tổng $> 0,3$, nên không có biến nào bị loại. Phân tích EFA cho kết quả KMO = 0,756 và Bartlett Sig. = 0,000, cho thấy, dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố. Kết quả trích được 7 nhân tố với Eigenvalue > 1 và tổng phương sai trích đạt 59,881% ($> 50\%$). Các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố $> 0,5$ và không xảy ra tải chéo, cho thấy thang đo đạt độ tin cậy và giá trị đo lường, đủ điều kiện để tiếp tục phân tích tương quan và hồi quy logistic. (Bảng 1)

4.1.3. Phân tích tương quan Spearman

Do biến phụ thuộc là biến nhị phân, nghiên cứu sử dụng hệ số tương quan Spearman. Kết quả cho thấy 6/7 biến độc lập có tương quan dương và có ý nghĩa thống kê với ý định đầu tư xanh của Gen Z,

trong đó Hạ tầng và nguồn lực địa phương ($r = 0,285$) và Kinh tế - tài chính vĩ mô ($r = 0,282$) có mức tương quan cao nhất. Riêng Chính sách và hỗ trợ từ Nhà nước không đạt ý nghĩa thống kê ($p > 0,05$). Giữa các biến độc lập, mối tương quan đáng chú ý nhất là giữa Kiểm soát hành vi cảm nhận và Nhận thức về đầu tư xanh ($r = 0,427$), trong khi các cặp còn lại chỉ có tương quan yếu. Các hệ số tương quan giữa các biến độc lập đều $< 0,5$, cho thấy không có đa cộng tuyến nghiêm trọng. (Bảng 2)

4.1.4. Phân tích hồi quy logistic

Kết quả hồi quy logistic cho thấy, mô hình có mức độ phù hợp tốt với dữ liệu. Hệ số Nagelkerke R Square = 0,542 cho thấy, các biến độc lập giải thích được 54,2% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Kiểm

Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo

Thang đo	Ký hiệu	Số biến	Cronbach's Alpha
Nhân tố kinh tế-tài chính vĩ mô	KTTC	3	0.741
Nhân tố chính sách và hỗ trợ từ Nhà nước	CS	8	0.892
Hạ tầng và nguồn lực tại địa phương	HT	5	0.760
Thái độ đối với hành vi	TD	5	0.836
Chuẩn chủ quan	CCQ	6	0.824
Nhân tố kiểm soát hành vi cảm nhận	KSHV	4	0.727
Nhân tố nhận thức về đầu tư xanh	NTĐTX	3	0.777

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS

Bảng 2. Ma trận tương quan Spearman giữa các biến

Biến	Y	KTTC_Mean	CS_Mean	HT_Mean	TD_Mean	CCQ_Mean	KSHV_Mean	NTĐTX_Mean
Y	1.000							
KTTC_Mean	0.282 **	1.000						
CS_Mean	0.137	0.018	1.000					
HT_Mean	0.285 **	0.127	0.107	1.000				
TD_Mean	0.171 *	0.194 **	0.002	0.038	1.000			
CCQ_Mean	0.187 **	0.061	0.033	0.176*	-0.058	1.000		
KSHV_Mean	0.211 **	0.046	-0.007	0.083	0.033	-0.074	1.000	
NTĐTX_Mean	0.175 *	0.055	0.071	0.052	-0.051	-0.086	0.427 **	1.000

Ghi chú: ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$; $N = 199$

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS

định Omnibus có Chi-square = 56,363; Sig. = 0,000 < 0,05, chứng tỏ mô hình có ý nghĩa thống kê; kiểm định Hosmer-Lemeshow có Sig. = 0,932 > 0,05, cho thấy mô hình phù hợp với dữ liệu. Tỷ lệ dự báo đúng của mô hình đạt 94,0%. Kết quả cũng cho thấy, 7 biến độc lập đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05) đối với ý định đầu tư xanh của Gen Z, trong đó Chuẩn chủ quan có tác động mạnh nhất (Exp(B) = 9,737), tiếp theo là Kinh tế - tài chính vĩ mô (Exp(B) = 6,074) và Hạ tầng, nguồn lực địa phương (Exp(B) = 4,336), trong khi Chính sách và hỗ trợ Nhà nước có mức tác động thấp nhất (Exp(B) = 3,316). (Bảng 3)

niềm tin và khả năng chủ động của cá nhân trong quá trình ra quyết định. Tuy nhiên, chính sách và hỗ trợ từ Nhà nước có mức độ tác động thấp nhất, phản ánh việc Gen Z chưa đánh giá cao hiệu quả thực thi của các chính sách hiện hành và cho thấy cần tăng cường tính minh bạch cũng như khả năng tiếp cận của các cơ chế hỗ trợ đầu tư xanh.

5. Giải pháp và hàm ý chính sách

Trên cơ sở phân tích các nhân tố ảnh hưởng quan trọng đến ý định đầu tư xanh của Gen Z, các tác giả đề xuất các nhóm giải pháp thúc đẩy ý định đầu tư xanh trong ngành Du lịch tại Việt Nam trong thời gian tới như sau.

Bảng 3. Kết quả hồi quy logistic

Biến	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
KTTC_Mean	1.804	0.567	10.125	1	0.001	6.074
CS_Mean	1.199	0.587	4.175	1	0.041	3.316
HT_Mean	1.467	0.568	6.672	1	0.010	4.336
TD_Mean	1.305	0.611	4.559	1	0.033	3.689
CCQ_Mean	2.276	0.798	8.128	1	0.004	9.737
KSHV_Mean	1.474	0.715	4.253	1	0.039	4.366
NTĐTX_Mean	1.265	0.633	3.996	1	0.046	3.545
Constant	-36.265	8.599	17.785	1	0.000	0.000

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS

4.2. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, ý định đầu tư xanh của Gen Z chịu tác động mạnh nhất từ chuẩn chủ quan, phản ánh vai trò nổi bật của các ảnh hưởng xã hội như gia đình, bạn bè và cộng đồng trong việc định hướng hành vi đầu tư của thế hệ trẻ. Nhân tố kinh tế - tài chính vĩ mô cho thấy, khi môi trường kinh tế ổn định và các sản phẩm tài chính xanh phát triển, xác suất tham gia đầu tư xanh của Gen Z có xu hướng gia tăng. Các yếu tố hạ tầng và nguồn lực địa phương, thái độ đối với đầu tư xanh, kiểm soát hành vi cảm nhận và nhận thức về đầu tư xanh đều có tác động tích cực đến ý định đầu tư, cho thấy quyết định đầu tư của Gen Z không chỉ phụ thuộc vào điều kiện kinh tế - xã hội mà còn gắn với mức độ hiểu biết,

5.1. Đối với Nhà nước và Chính phủ

Nhà nước giữ vai trò kiến tạo môi trường thể chế và kinh tế vĩ mô ổn định nhằm thúc đẩy đầu tư xanh trong ngành du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các yếu tố kinh tế - tài chính vĩ mô và chính sách hỗ trợ có ảnh hưởng quan trọng đến ý định đầu tư xanh của Gen Z.

Nhà nước cần hoàn thiện khung pháp lý về đầu tư xanh, trong đó xây dựng tiêu chí phân loại dự án xanh rõ ràng và minh bạch nhằm hạn chế tình trạng “greenwashing”. Đồng thời, cần ban hành các cơ chế ưu đãi kinh tế như miễn, giảm thuế, ưu đãi tiền thuê đất và hỗ trợ tiếp cận tín dụng xanh để nâng cao hiệu quả tài chính của các dự án du lịch sinh thái.

Việc phát triển hệ sinh thái tài chính xanh cũng cần được đẩy mạnh thông qua mở rộng tín dụng xanh, hỗ trợ vốn cho các dự án khởi nghiệp du lịch sinh thái và duy trì ổn định kinh tế vĩ mô. Ngoài ra, Nhà nước nên xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu và cổng thông tin về đầu tư xanh nhằm tăng tính minh bạch, giảm bất cân xứng thông tin và tạo điều kiện cho nhà đầu tư trẻ tiếp cận cơ hội đầu tư.

5.2. Đối với chính quyền địa phương

Chính quyền địa phương đóng vai trò trực tiếp trong việc triển khai chính sách và tạo môi trường đầu tư thực tế cho các dự án du lịch xanh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, yếu tố hạ tầng và điều kiện địa phương có tác động tích cực đến ý định đầu tư xanh của Gen Z.

Địa phương cần xây dựng chiến lược phát triển du lịch xanh gắn với lợi thế tài nguyên và quy hoạch bền vững của từng địa bàn. Việc định hướng rõ ràng sẽ giúp giảm rủi ro đầu tư và tạo niềm tin cho các nhà đầu tư trẻ.

Chính quyền địa phương cần ưu tiên phát triển hạ tầng xanh phục vụ du lịch như hệ thống xử lý rác thải, nước thải, năng lượng tái tạo và hạ tầng số cho du lịch thông minh. Đồng thời, cần thúc đẩy mô hình hợp tác công - tư (PPP) nhằm huy động nguồn lực đầu tư cho các khu du lịch sinh thái đạt chuẩn bền vững.

Địa phương cần cải thiện thủ tục hành chính, tăng cường kết nối đầu tư và xây dựng các trung tâm hỗ trợ

khởi nghiệp xanh để giảm chi phí giao dịch và hỗ trợ các dự án do Gen Z khởi xướng.

5.3. Đối với hệ thống giáo dục và các tổ chức xã hội

Hệ thống giáo dục và các tổ chức xã hội giữ vai trò quan trọng trong việc hình thành nhận thức, thái độ và năng lực của Gen Z đối với đầu tư xanh. Trong bối cảnh Gen Z chịu ảnh hưởng mạnh từ cộng đồng và mạng xã hội, việc xây dựng chuẩn mực xã hội tích cực về đầu tư xanh có thể thúc đẩy ý định đầu tư bền vững.

Các cơ sở giáo dục cần tích hợp nội dung về đầu tư xanh và du lịch bền vững vào chương trình đào tạo, đặc biệt trong các ngành kinh tế, tài chính, quản trị và du lịch. Bên cạnh đó, các trường đại học có thể tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp xanh, chương trình học tập theo dự án hoặc mô hình vườn ươm nhằm giúp sinh viên tiếp cận thực tiễn và nâng cao kỹ năng đầu tư.

Các hiệp hội nghề nghiệp và tổ chức xã hội có thể tổ chức hội thảo, chương trình cố vấn và xây dựng mạng lưới kết nối doanh nhân trẻ nhằm lan tỏa thông tin và kinh nghiệm về đầu tư xanh. Thông qua các chiến dịch truyền thông và cộng đồng trực tuyến, chuẩn mực xã hội tích cực về đầu tư bền vững sẽ dần được hình thành trong giới trẻ.

Sự phối hợp giữa Nhà nước, chính quyền địa phương và hệ thống giáo dục - xã hội sẽ tạo nên nền tảng quan trọng để thúc đẩy ý định và hành vi đầu tư xanh của Gen Z tại Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Đặng Thị Thu Hằng, Nguyễn Mai Trà, và Tạ Thị Hồng Minh, (2025), Xu hướng đầu tư xanh trên thị trường chứng khoán của giới trẻ Việt Nam. Tạp chí Kinh tế và Dự báo. Truy cập tại <https://kinhtevadubao.vn/xu-huong-dau-tu-xanh-tren-thi-truong-chung-khoan-cua-gioi-tre-viet-nam-32356.html>.
- Nguyễn Thị Thu Hồng, (2022), Nhận thức tài chính bền vững của người trẻ tại Việt Nam và tác động đến hành vi đầu tư, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 165, tr. 52-60.
- Nguyễn Thị Mai Thu, Lê Hoàng Anh, và Phạm Thị Thu Huyền, (2022), Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi đầu tư của nhà đầu tư cá nhân tại Việt Nam, Tạp chí Khoa học Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, tập 10, số 3, tr. 45-57.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421.
- D’Orazio, P., & Valente, M. (2019). The role of finance in environmental innovation diffusion: An evolutionary modeling approach. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 162, 417-439.

- Eyraud, L., Clements, B., & Wane, A. (2013). Green investment: Trends and determinants. *Energy Policy*, 60, 852-865.
- Han, H., Hsu, L.-T. J., & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmentally friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- Kim, Y. J., Njite, D., & Hancer, M. (2013). Anticipated emotion in consumers' intentions to select eco-friendly restaurants: Augmenting the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 255-262.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- Porter, M. E., & van der Linde, C. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97-118.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Tourism for Development - Volume I: Key Areas for Action*. Madrid: UNWTO.

Ngày nhận bài: 8/02/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/02/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/03/2026

SOLUTIONS FOR ENHANCING GEN Z'S GREEN INVESTMENT INTENTIONS IN VIETNAM'S TOURISM INDUSTRY

- NGUYEN THI THAO¹
- HOANG YEN NHI¹
- TRAN THI NHU NGOC¹
- THAN YEN NHI¹
- LE THANH THAO¹

¹ National Economics University

ABSTRACT:

This study investigates the determinants of Gen Z's green investment intentions in Vietnam's tourism sector within the broader transition toward sustainable growth. Grounded in the Theory of Planned Behavior (TPB), the proposed research model incorporates seven factors, comprising three contextual determinants, macroeconomic and financial conditions, government support policies, and local infrastructure and resources, and four individual-level determinants, including attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and awareness of green investment. Employing a quantitative approach based on survey data from Gen Z respondents and statistical analysis, the study provides an integrated assessment of both external and internal drivers shaping green investment intentions in the tourism industry.

Keywords: green investment in tourism, Gen Z, Vietnam, sustainable tourism development, green investment intentions.